

[1996 \(abril - diciembre\)](#)

Productos alimentarios orgánicos

por Kirsten Kozolanka



El hecho de que el público se interese cada vez más en los productos alimentarios orgánicos está creando nuevas oportunidades para los productores del Sur y los distribuidores del Norte. Esa tendencia podría llevar a la creación de más puestos de trabajo y un aumento en los ingresos de los productores en países en desarrollo, a la vez que una mayor selección de alimentos orgánicos para los consumidores de los países del Norte. Sin embargo, esta naciente industria comienza a lograr su potencial mediante la eliminación de barreras a la producción y la distribución.

Las buenas noticias para la industria son que las ventas de alimentos orgánicos aumentan en América del Norte, si bien lentamente (de 4,8 a 5,3 por ciento entre 1990 y 1995). [Joseph Smillie](#), vicepresidente de Quality Assurance International, se refiere a otra señal del potencial de la industria: "las compañías de alimentos naturales no sólo tienen sus acciones cotizadas en la bolsa de valores, sino que también sus productos se venden en los supermercados". Sin embargo, los productores y distribuidores se enfrentan a un trabajo arduo, según expresaron Smillie y otros oradores en un foro del CIID que exploró la demanda de productos orgánicos tropicales.

Actualmente la industria se encuentra en el proceso de crear mejores sistemas de distribución y sistemas de estandarización de producción para sus productos. Reconoce, asimismo, que los consumidores deben tener alguna garantía sobre la integridad de los productos orgánicos que compran a través de la certificación común o el sello de aprobación.

Definición de "orgánico"

Las cuestiones básicas en torno a los productos orgánicos, comenzando con los malentendidos del término "orgánico" mismo, se deben tratar en los niveles nacional e internacional si se quiere que la industria

continúe creciendo. A pesar de que lo orgánico simplemente consiste en un sistema agrícola natural de cultivo, debe crearse aún una norma internacional para aclararle ese concepto a los productores, distribuidores y consumidores por igual.

A menudo, los consumidores creen que la etiqueta orgánica significa una garantía de que el alimento ofrece seguridad o de que no hay residuos de pesticidas en el producto. Algunas personas temen que la contaminación en el país productor afectará la integridad orgánica del producto.

Sin embargo, para los participantes en la floreciente industria de productos orgánicos, la palabra "orgánico" describe un proceso o metodología agrícolas; significa que no se usan sustancias químicas en el proceso de producción. Según [Oscar Cruz Salazar](#), fundador y copropietario de una compañía costarricense dedicada al cultivo de bananas orgánicas, "lo orgánico está vinculado a lo que es natural, a la manera en que fue diseñado por la naturaleza en el comienzo". Y añade, "se define por las prácticas que se aproximan a los procesos naturales".

[Jon K. Grant](#), vicepresidente de la Junta de Gobernadores del CIID, nos llama la atención acerca de otras palabras utilizadas para describir a los alimentos – tales como "puro", "ligero" y "bajo contenido de grasa" – y que carecen actualmente de significado. Su preocupación es que la palabra orgánico se corrompa de la misma manera.

[Jacinthe Godard](#), de Distribue-Vie, distribuidor de alimentos de Quebec, señala que el término orgánico será definido finalmente por la legislación. En Quebec, por ejemplo, ya se prevé un proyecto de ley que protegerá el uso de la palabra "orgánico".

Encontrar un lugar en el mercado

Oscar Cruz, productor de plátanos, lanza la voz de alarma en el sentido de que la intensa competencia y las compañías muy grandes aúnan sus esfuerzos para mantener los precios bajos, dificultando a los campesinos el encontrar un mercado que les produzca ganancias. Los pequeños campesinos deben también enfrentarse al abismo de conocimiento existente entre los métodos tradicionales y los nuevos requisitos para la producción y el mercado. A menudo no existe suficiente capacitación o tecnología o incluso unanimidad de propósito: "Cuando un grupo de productores se reúne, no todos tienen la misma actitud", apunta Cruz. "Ese problema está en la misma raíz de todo el sistema de producción y distribución".

Históricamente el camino que va desde el productor al consumidor, pasando por el distribuidor, no ha estado libre de dificultades. Como bien señala Jacinthe Godard, las bananas orgánicas de México se envían primero a California antes de emprender el largo viaje a Canadá en camiones refrigerados. Naturalmente, la calidad del producto se resiente. Con el tiempo, los sistemas de distribución se mejoran y se eliminan otros factores negativos, tales como la poca variedad y la disponibilidad del producto sólo en temporada.

El próximo desafío para la industria es crear normas reconocidas internacionalmente mediante las cuales se pueden certificar los productos como orgánicos. Se hacen esfuerzos para crear un marco de trabajo regulatorio para certificación y para formalizar el proceso de certificación en uso desde principios del decenio de 1980. Este paso tendrá repercusiones directas sobre la aceptación en el mercado y la promoción de productos orgánicos. "Para tener éxito en el mercado se necesita una imagen y la garantía y la certificación proporcionan esa imagen", apunta Smillie.

Saber lo que comemos

La verificación *in situ* de que se cumplen los requisitos de un proceso orgánico es parte integral del proceso de certificación, como lo es la independencia de la verificación a través de un organismo neutral e independiente. Además, la certificación es más significativa si tiene lugar en un nivel internacional, si bien se reconoce que los países productores deberán participar en la coordinación de los esfuerzos de certificación. "La pregunta fundamental que subyace en esta problemática es: ¿qué comemos? Y la única

manera de responder a ello es realizando un muestreo y haciendo análisis al nivel internacional", señala Cruz.

Godard se refiere al hecho de que algunas de las preocupaciones de los consumidores están relacionadas con la distancia que viaja el producto. El consumidor de América del Norte siente que tiene menos control, y por ende menos confianza, sobre un producto que se origina fuera de Canadá, los Estados Unidos o los países occidentales. Godard concluye que esa falta de confianza se eliminaría si los consumidores contaran con más información. La certificación ayudaría también de manera especial a la comprensión por parte del consumidor de las cualidades singulares del producto que compra.

Una ventaja derivada del surgimiento de productos orgánicos como fuerza motriz del mercado es que proporciona a los productores agrícolas una "manera de empezar la limpieza en su propia casa", nos dice Smillie. La industria tiene el potencial de encabezar la marcha hacia una agricultura conscientemente orgánica que desempeñe el doble papel de aumentar la sustentabilidad al mismo tiempo que proporciona beneficios económicos considerables tanto al Sur como al Norte: "El mercado representa un incentivo, pero también lo es el aspecto ecológico".

Kirsten Kozolanka, escritora independiente de Ottawa.

Nota bene

[El proceso de certificación](#)

Personas de contacto :

Oscar Cruz Salazar, Ecos del Agro S.A., P.O. Box 1474-1250, Escazu, Costa Rica. Tel: (506) 289 6992. Fax: (506) 228 6919

Jacinthe Godard, Distribue-Vie, 5000, rue d'Iberville, Suite 153, Montréal, Québec H2H 2S6. Tel: (514) 598 1322. Fax: (514) 598 1886.

Jon K. Grant, J.J. Turner Building, 140 Kings Street, Suite 502, Peterborough, ON K9J 7Z8. Tel: (705) 741 2565. Fax: (705) 741 2762.

Joseph R. Smillie, Vice-President, Quality Assurance International, 150 Dorset St., #246 So., Burlington, Vermont 05407. Tel: (802) 660 8535. Fax: (802) 660 0940.

[To explore other links](#) (en inglés)

[Pour explorer d'autres liens](#) (en francés)

Unless otherwise stated, all articles and photos may be freely reproduced providing suitable credit is given.

ISSN 0315-9981. This magazine is listed in the Canadian Magazine Index.

- [Suscribir](#)
- [Volver IDRC Informa](#)
- [Volver al IDRC](#)



IDRC Reports

STORIES ON RESEARCH IN THE DEVELOPING WORLD

CIID Informa / Archivo Digital

abril-diciembre 1996

- 26 de abr. [*Manejo integrado de plagas al servicio de los pequeños campesinos colombianos*](#) David Mowbray
- 2 de agosto [*Sistema de resistencia horizontal : a la búsqueda de un mejoramiento de los frijoles*](#) Douglas Powell
- 16 de agosto [*Ecoturismo en Venezuela : tratando con cariño a la tierra*](#) Lauren Walker
- 23 de agosto [*Proyecto Yucape : desarrollo económico en la Península Mexicana de Yucatán*](#) Chris Hayes
- 30 de agosto [*Programa Map Maker simplifica las labores de cartografía sobre el terreno*](#) Curt Labond
- 6 de set. [*Programa del bosque modelo de Calakmul : una manera de proteger los bosques tropicales de México*](#) Michael Boulet
- 13 de set. [*Enseñanza de la economía de mercado mixta en La Habana*](#) Roula el-Raifi
- 27 de set. [*Agricultura sustentable de ladera en Colombia*](#) Ronnie Vernoooy
- 4 de oct. [*Proyectos ambientales y de desarrollo en el sistema montañoso de Colombia*](#) Rhoda Metcalfe
- 18 de oct. [*Facilitación del comercio internacional*](#) Henry F. Heald
- 25 de oct. [*Valor del conocimiento indígena*](#) Jennifer Pepall
- 8 de nov. [*Productos alimentarios orgánicos*](#) Kirsten Kozolanka
- 22 de nov. [*Sector minero en América Latina*](#) Steve Hunt
- 29 de nov. [*Tradición entre los indios pemón de la Gran Sabana*](#) John Eberlee
- 20 de dic. [*Construirse una casa de adobe en Perú*](#) André Lachance

Unless otherwise stated, all articles and photos may be freely reproduced providing suitable credit is given.

ISSN 0315-9981 This magazine is listed in the Canadian Magazine Index.

El proceso de certificación

La credibilidad de los productos orgánicos depende de la confianza y satisfacción de los consumidores, lo cual se puede lograr a través de la certificación. Joseph Smille presenta un esbozo del proceso de certificación y de cómo fue creado.

En 1984, cuando creamos la Asociación de Comercio Orgánico, decidimos que fundamentaríamos nuestra declaración de que un producto era orgánico mediante la certificación. Nos dimos cuenta de que el crecimiento de nuestro negocio y la confianza que el público tuviera en él dependía de que contáramos con sistemas de certificación independientes y de terceras partes. Para diseñar nuestros sistemas tomamos como ejemplo un sistema agrícola de certificación de semillas ya existente.

De modo que creamos sistemas de certificación y con ello erigimos nuestra credibilidad. A medida que crecía la industria, nos fuimos apartando de las declaraciones juradas – por medio de las cuales el cultivador declaraba que cumplía con los requisitos de producción orgánicos – y de las compañías que verificaban sus propios cultivadores y pasamos a adoptar sistemas independientes asentados en la opinión de terceros.

Ese crecimiento ha continuado ininterrumpidamente hasta la fecha y actualmente contamos con lo que consideramos un sistema muy sólido basado en dos principios legales: buena fe y diligencia debida.

Básicamente, el agricultor o el fabricante llena un cuestionario que constituye un documento legal que firman. Ese documento se envía a una agencia independiente que no tiene relación financiera de ningún tipo con ese productor. La agencia envía a un inspector capacitado para que verifique el proceso de cultivo o producción del alimento. Una vez concluido ese paso, el inspector confecciona un informe que envía a la agencia, donde, a través de comités de certificación, se evalúa y se concede la certificación, acompañada de cartas remediales que indican los aspectos que se deben mejorar.

De modo que estamos en presencia de un sistema de certificación del tipo *bona fide* ISO [International Standards Organization], un sistema que depende de criterios, puede ser racionalizado, es lógico, científico y muy similar al de ISO.

Nuestro sistema no consiste en tomar el producto y comprobar si tiene residuos o alguna cantidad de pesticidas. Nuestro sistema es un sistema de procesos más bien que un sistema de especificación de productos. Estamos verificando un proceso que tiene lugar en vez de una especificación de productos al final de ese proceso.



[1996 \(April - December\)](#) | [Links to explore](#)

Bringing Tropical Organic Products North

by Kirsten Kozolanka



**Increasingly, consumers want tropical products
that are grown organically**

Increased consumer interest in organic food products is creating new opportunities for Southern producers and Northern distributors. The trend could lead to more employment and higher incomes for producers in developing countries and greater choice in organic foods for shoppers in the North. But the fledgling industry is just beginning to realize its potential by overcoming initial production and distribution barriers.

The good news for the industry is that organic foods as a percentage of food sales in North America is increasing, albeit slowly (from 4.8 to 5.3 percent between 1990 and 1995). [Joseph Smillie](#), vice-president of Quality Assurance International, points to another sign of the industry's potential: "Natural food companies are trading on the stock market as well as in the supermarket." Yet producers and distributors have their work cut out for them, according to Smillie and other speakers at a recent IDRC forum that explored the demand for tropical organic products.

The industry is already developing better systems of distribution and standardized systems of production for their products. It recognizes as well that consumers must have some guarantee of the integrity of the organic products they purchase through a common certification or seal of approval.

Defining "organic"

In addition, basic issues surrounding organic products, beginning with misunderstandings of the term "organic" itself, must be dealt with at both national and international levels if the industry is to continue to

grow. Organic simply means a natural agricultural system of growing, but an international standard must be developed to make this clear to producers, distributors, and consumers alike.

Often, consumers believe the organic label means a guarantee of food safety or that there is no pesticide residue in the product. Some fear that pollution in the producing country will affect the organic integrity of the product.

To participants in the burgeoning organic products industry, however, organic describes an agricultural process or methodology; it means that chemicals are not used in the production process. More simply, "organic is linked to what is natural, the way it was designed by nature in the beginning," according to [Oscar Cruz Salazar](#), founder and co-owner of a Costa Rican company dedicated to growing organic bananas. "It is defined by the practices that get closer to the natural processes."

[Jon K. Grant](#), vice-chair of IDRC's Board of Governors, notes that other value words to describe food -- for instance, "pure," "lite" and "low-fat" -- are now virtually without meaning. His concern is that the word organic will become corrupted in the same way.

[Jacinthe Godard](#) of the Quebec food distributor Distribue-Vie points out that the term organic will eventually be defined by legislation. In Quebec, for instance, a bill is already planned that would protect the use of the word.

Finding a market niche

Banana producer Oscar Cruz cautions that intense competition and very large companies combine to keep prices low, making it difficult for small farmers to find a profitable market niche. Small farmers must also contend with the knowledge gap between traditional methods and the new requirements for production and the marketplace. Often there is not sufficient training or technology or even unanimity of purpose: "When a group of producers gets together, not everyone has the same attitude," says Cruz. "This is right at the root of the whole production and distribution system."

Historically, it has been a bumpy ride from producer to distributor to consumer. As Jacinthe Godard notes, organic bananas from Mexico are shipped first to California before making the long journey by refrigerated truck to Canada. Naturally, product quality can suffer. Over time, distribution systems are improving and other negative factors, such as little variety and seasonal availability of products are being overcome.

For the industry, the next challenge is developing internationally recognized standards by which products can be certified as organic. Efforts are being made to develop a regulatory framework for certification and to formalize the certification process in use since the early 1980s. This step will have a direct impact on market acceptance and promotion of organic products: "To succeed in the marketplace, you need an image and a guarantee, and certification provides that," says Smillie.

Knowing what we are eating

On-site verification that an organic process has been adhered to is integral to certification, as is the independence of the verification through a neutral, third-party agency. In addition, the certification has more significance if it takes place at an international level, although it is recognized that producer countries should be involved in coordinated certification efforts. "The fundamental underlying question is 'what are we eating?' And the only way to answer that is by sampling and analyzing at the international level," says Cruz.

Godard points out that some consumer concern is related to the distance the product travels. The North American consumer feels less control and less confidence in a product that originates from outside Canada, the United States, or Western countries. She concludes that more consumer information would alleviate this concern. Certification would also help, especially in consumer understanding of the

uniqueness of the product being purchased.

A value-added element of the emergence of organic products as a market force is that it provides agricultural producers with "a way to clean up our act," says Smillie. The industry has the potential to lead the way to an environmentally conscious agriculture that performs the dual role of increasing sustainability while providing considerable economic benefit to both South and North: "There's a market incentive, but also an ecological incentive."

Kirsten Kozolanka is an Ottawa-based freelance writer.

Sidebar

[The Certification Process](#)

Resource Persons:

Oscar Cruz Salazar, Ecos del Agro S.A., P.O. Box 1474-1250, Escazu, Costa Rica. Tel: (506) 289 6992. Fax: (506) 228 6919

Jacinthe Godard, Distribue-Vie, 5000, rue d'Iberville, Suite 153, Montréal, Québec H2H 2S6. Tel: (514) 598 1322. Fax: (514) 598 1886.

Jon K. Grant, J.J. Turner Building, 140 Kings Street, Suite 502, Peterborough, ON K9J 7Z8. Tel: (705) 741 2565. Fax: (705) 741 2762.

Joseph R. Smillie, Vice-President, Quality Assurance International, 150 Dorset St., #246 So., Burlington, Vermont 05407. Tel: (802) 660 8535. Fax: (802) 660 0940.

Links to explore ...

Related IDRC articles and publications:

[Cashew Apple Juice, Anyone?](#) by Bruno Dubuc

[Maintaining Food Resources in Ecuador's Highlands](#) by Barbara Macdonald, Carlos Nieto, and Carlos Vimos

[Breeding a Better Banana](#) by Michelle Hibler

Additional resources:

[FoodLinks](#) IDRC's extensive experience with over 1,400 food-related projects over the past 25 years has led to the recent creation of FoodLinks, a program designed to take the next step beyond technical research by finding ways to bring the food products to market.

[Organic Certification: The New Professionalism](#) by Joe Smillie

Unless otherwise stated, all articles and photos may be freely reproduced providing suitable credit is given.

ISSN 0315-9981. This magazine is listed in the Canadian Magazine Index.

- [Subscription information](#)
- [Return to the IDRC Reports homepage](#)
- [Return to the IDRC homepage](#)

Copyright © International Development Research Centre, Ottawa, Canada
Please send your comments to [editor of Reports](#).



[1996 \(avril - décembre\)](#) | [Des liens à explorer](#)

Des produits bio venus du Sud

par Kirsten Kozolanka



Des consommateurs recherchent de plus en plus de produits tropicaux qui soient certifiés biologiques

Le public s'intéresse de plus en plus aux aliments biologiques, ce qui plaît énormément, on le comprend, aux producteurs du Sud autant qu'aux distributeurs du Nord. Cette tendance pourrait déboucher, chez les producteurs des pays en développement, sur de nouveaux emplois et sur une hausse des revenus. Du côté des consommateurs, au Nord, cela se traduit par un choix plus varié d'aliments biologiques.

L'industrie, encore jeune, prend peu à peu conscience de ses possibilités et franchit sans trop de difficultés les premières étapes, toujours délicates, de la production et de la distribution.

Commercialiser, mais aussi garantir la qualité

Les nouvelles sont bonnes pour l'industrie, il est vrai, puisque les ventes nord-américaines d'aliments biologiques ne cessent d'augmenter — lentement, certes — par rapport aux ventes d'aliments conventionnels. Elles sont ainsi passées de 4,8 à 5,3 pour cent entre 1990 et 1995. [Joseph Smillie](#), vice-président de *Quality Assurance International*, note aussi que « les sociétés d'aliments naturels sont aussi bien présentes à la bourse qu'au supermarché. » Ce qui ne veut pas dire que tout est simple, ajoute-t-il, appuyé en cela par les autres conférenciers qui ont participé à un forum du CRDI sur la demande de produits biologiques d'origine tropicale.

L'industrie s'efforce de normaliser ses systèmes de production et d'améliorer la distribution des aliments. Elle reconnaît qu'il faut offrir au consommateur des garanties sur la qualité des produits biologiques qu'il

achète sous la forme d'un certificat confirmant leur origine ou par un label de qualité.

"Bio", oui? vraiment?

Pour poursuivre sa croissance, l'industrie doit régler, tant au niveau national qu'international, les problèmes de base que soulèvent l'arrivée de produits «bio» sur le marché. La première difficulté réside dans une définition du terme «biologique» (*organic*, en anglais). Il ne suffit pas de dire qu'un aliment biologique est le produit d'un système de culture naturel; il faut établir une norme internationale à l'usage à la fois des producteurs, des distributeurs et des consommateurs.

Certains amateurs d'aliments naturels estiment que le label de qualité organique est un sceau de garantie ou qu'aucun résidu de pesticide ne demeure. D'autres croient que la pollution qui règne dans le pays producteur peut affecter le produit.

Le retour aux origines ?

Pour la nouvelle industrie, cependant, le biologique est davantage un procédé ou une méthode agricole qui interdit l'usage des produits chimiques en cours de production. Plus simplement, cela signifie que «le mode de production biologique répète le procédé naturel lui-même, tel qu'il existait à l'origine», explique [Oscar Cruz Salazar](#), fondateur et copropriétaire d'une société de culture de bananes biologiques au Costa Rica. «La culture biologique se définit par des pratiques qui nous rapprochent du procédé naturel.»

Il existe bien d'autres termes très riches pour décrire les aliments — on les dit «purs», «légers», «sans cholestérol» — mais ces expressions ont perdu presque toute signification, rappelle [Jon K. Grant](#), vice-président du Conseil des gouverneurs du CRDI. Il craint que le terme «biologique » subisse le même sort.

Les législateurs définiront tôt ou tard le terme clé qui est au cœur de la nouvelle industrie. Le Québec, par exemple, signale [Jacinthe Godard](#), de Distribue-Vie, prépare déjà un projet de loi qui permettra de garantir l'usage uniforme du mot «biologique».

Une nouvelle niche

Le producteur de bananes Oscar Cruz met en garde les intéressés: parce qu'il existe une forte concurrence à laquelle s'ajoute la présence de grosses sociétés, les prix sont peu élevés. Ce qui empêche les petits producteurs de trouver un créneau commercial et de faire des profits. Les petits producteurs doivent aussi faire face à l'écart scientifique qui sépare les méthodes traditionnelles des nouvelles exigences de production et de commercialisation. On note souvent un manque de formation, un retard technologique ou même des divergences quant aux objectifs. «Lorsqu'un groupe de producteurs se réunit, les opinions diffèrent», affirme Cruz, «et cela nous ramène à la phase I du processus de production et de distribution».

Il faut rappeler que les routes qui conduisent du producteur au distributeur, puis de là jusqu'aux consommateurs, a été dès les débuts assez cahoteuse. Les bananes biologiques du Mexique, comme le note Jacinthe Godard, sont d'abord expédiées en Californie avant d'entreprendre un long voyage dans un camion réfrigéré jusqu'au Canada. La qualité du produit peut en souffrir, bien entendu. Mais avec le temps, les systèmes de distribution s'améliorent; on parvient même à offrir de plus en plus de produits variés, quelle que soit la saison.

Le défi le plus actuel de l'industrie est d'établir des normes internationales qui permettront de certifier que les produits sont biologiques. On tente de s'entendre sur les règles de certification et d'officialiser la méthode de certification mise en place au début des années 1980. Cette étape aura des répercussions immédiates sur le marché: les produits seront plus aisément acceptés et leur promotion sera d'autant plus facilitée. «Pour réussir sur le marché, il faut une image et une garantie: c'est la certification qui les donne», conclut Smillie.

Je mange, donc je suis

Partie intégrante de la certification, le contrôle sur le terrain qui atteste que le producteur a utilisé des procédés biologiques. Il en est de même de la neutralité des inspecteurs qui doivent appartenir à une agence indépendante. De plus, une inspection est plus crédible si elle est menée au niveau international, bien que l'on reconnaisse que le pays producteur devrait être impliqué dans la coordination des activités entourant la certification. «La question clé sous-jacente», ajoute Cruz, «c'est de savoir ce que je mange.» «Et l'unique manière de le savoir, c'est l'échantillonnage et l'analyse par une autorité internationale.»

Godard insiste sur le problème de la distance que doivent parcourir les produits. Le consommateur nord-américain a moins confiance dans les aliments biologiques en provenance de l'extérieur du Canada, des États-Unis ou des pays de l'Ouest. S'il était mieux informé, il serait davantage rassuré, affirme-t-elle. La certification devrait justement permettre de mieux discerner le caractère spécial des produits portant le label biologique.

L'émergence de l'alimentation biologique comporte aussi un élément de valeur ajoutée puisqu'il constitue pour les producteurs une bonne occasion de «mettre de l'ordre dans leurs affaires», selon Smillie. L'industrie pourrait faire prendre conscience de l'importance d'une agriculture écologique qui aurait un double impact: accroître le caractère durable des cultures et apporter, au Sud comme au Nord, des bénéfices économiques considérables. «Des motivations à la fois environnementales et pécuniaires!»

Kirsten Kozolanka est rédactrice indépendante à Ottawa.

Nota bene

[Certifié biologique](#)

Personnes ressource:

Oscar Cruz Salazar, Ecos del Agro S.A., P.O. Box 1474-1250, Escazu, Costa Rica. Tél: (506) 289 6992. Téléc.: (506) 228 6919

Jacinthe Godard, Distribue-Vie, 5000, rue d'Iberville, Suite 153, Montréal, Québec H2H 2S6. Tél: (514) 598 1322. Téléc.: (514) 598 1886.

Jon K. Grant, J.J. Turner Building, 140 Kings Street, Suite 502, Peterborough, ON K9J 7Z8. Tél: (705) 741 2565. Téléc.: (705) 741 2762.

Joseph R. Smillie, Vice-President, Quality Assurance International, 150 Dorset St., #246 So., Burlington, Vermont 05407. Tél: (802) 660 8535. Téléc.: (802) 660 0940.

Des liens à explorer...

Autres articles (et publications) du CRDI

[Une curieuse pomme ... de cajou au Viet Nam](#) par Bruno Dubuc

[Un défi : cultiver les hautes terres andines en Équateur](#) par Barbara Macdonald, Carlos Nieto, and Carlos Vimos

[La nouvelle banane écologique](#) par Diane Hardy et Michelle Hibler

Autres ressources :

[FoodLinks](#) fait la promotion du développement durable en associant les entreprises agricoles et alimentaires du Canada et du monde en développement. Au Viet Nam, par exemple, des chercheurs locaux et une industrie canadienne se sont associés pour créer un nouveau jus tiré de la pomme de cajou. Les partenariats soutenus par Foodlinks sont mutuellement bénéfiques. Les partenaires ont la conviction que le développement de l'agriculture peut être viable tout en respectant l'environnement et l'éthique sociale.

[Organic Certification: The New Professionalism](#) par Joe Smillie (*En anglais*)

Les lecteurs peuvent reproduire les articles et les photographies du *CRDI Explore* à la condition de mentionner les auteurs et la source.

ISSN 0315-9981. Le *CRDI Explore* est répertorié dans le Canadian Magazine Index.

- [Comment s'abonner](#)
- [De retour au Magazine CRDI Explore](#)
- [De retour au site du CRDI](#)

Copyright © Centre de recherches pour le développement international, Ottawa, Canada
Faites parvenir vos commentaires à la [rédaction d'Explore](#).